



JBK

Jurnal Bisnis & Kewirausahaan

Volume 18 Issue 2, 2022

ISSN (*print*) : 0216-9843

ISSN (*online*) : 2580-5614

Homepage : <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>

Kepemimpinan Digital, Manajemen Inovasi dan Daya Saing di Era Revolusi Industri 4.0: Peran Mediasi dari *Quality Management*

Abdi Fadhlán¹, Tonny Yuwanda², Sitti Rizki Mulyani³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Indonesia

^{2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang, Indonesia

¹abdifadhlán@uinib.ac.id

Abstract. The Industrial Revolution 4.0 is a new challenge for several industries where industry players are forced to improve their systems and services in order to compete. The purpose of this study is to see the effect of digital leadership, innovation management on competitive advantage with quality management as a mediating variable. The population of this research is 70 employees, by using the Slovin formula a sample of 60 respondents was obtained from Samsung Center Padang with data collection using questionnaires. Structural Equation Model (SEM) – Partial Least Square (PLS) was used to analyze the data in this study. The results of this study are: 1) Digital leadership and innovation management have a positive and significant impact on competitive advantage. 2) Digital leadership and innovation management have a positive and significant impact on quality management. 3) Quality management has a significant positive effect on the competitive advantage of Samsung Center Padang. 4) Quality Management mediates Digital leadership and innovation management towards competitive advantage.

Keywords: *competitive advantage, industrial revolution 4.0*

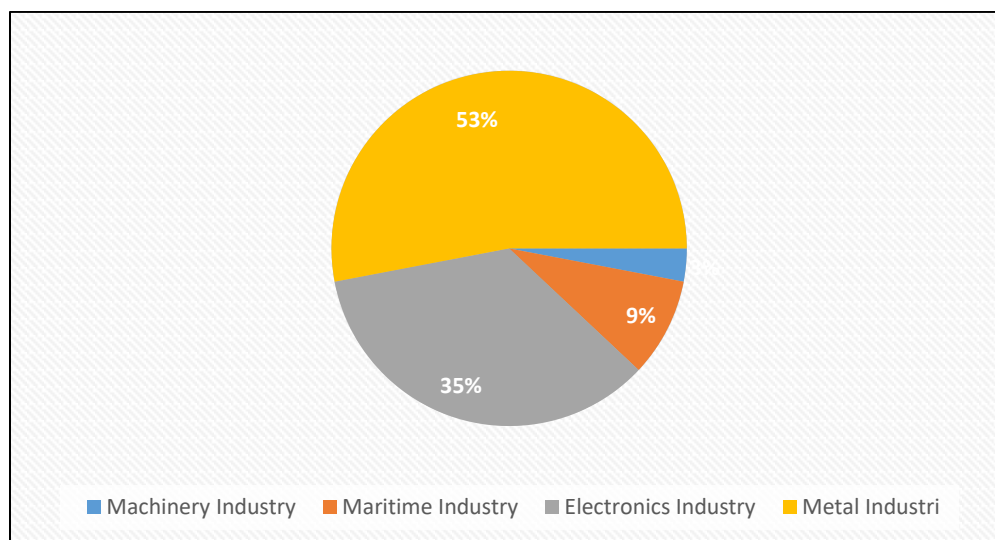
Abstrak. Revolusi Industri 4.0 menjadi sebuah tantangan baru bagi beberapa industri dimana para pelaku industri dipaksa untuk meningkatkan sistem dan layanannya agar dapat bersaing. Tujuan penelitian ini yaitu melihat pengaruh kepemimpinan digital, manajemen inovasi terhadap keunggulan bersaing dengan manajemen kualitas sebagai variabel mediasi. Populasi penelitian ini adalah 70 orang pegawai, dengan menggunakan rumus Slovin diperoleh sampel sebanyak 60 responden dari Samsung Center Padang dengan pengumpulan data menggunakan kuisioner. Structural Equation Model (SEM) – Partial Least Square (PLS) digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah: 1) Kepemimpinan digital dan manajemen inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan bersaing. 2) Kepemimpinan digital dan manajemen inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen kualitas. 3) Manajemen kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan bersaing Samsung Center Padang. 4) Manajemen Kualitas memediasi Kepemimpinan digital dan manajemen inovasi terhadap keunggulan bersaing.

Kata Kunci: *keunggulan bersaing, revolusi industri 4.0*

PENDAHULUAN

Revolusi Industri 4.0 (IR4.0) mengharuskan perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya, selain produk dan pelayanan, tetapi juga sumber daya manusianya harus kompetitif. Sumber daya manusia merupakan bagian paling penting dari setiap organisasi dan jika bagian ini lebih berkualitas peluang keberhasilan organisasi akan meningkat (Lotfi & Pour, 2013). Selain daya saing perusahaan yang meningkat, strategi kompetitif dan praktik manajemen juga menjadi peranan dalam meningkatkan keunggulan bersaing. Salah satu manfaat IR4.0 mampu memenuhi kebutuhan pelanggan individu, rekayasa dan proses bisnis menjadi dinamis dan pengambilan keputusan menjadi lebih optimal, sehingga memunculkan model bisnis baru dan cara baru untuk menciptakan nilai tambah (Kagermann *et al.*, 2013).

Pertumbuhan industri di Indonesia terus meningkat. Gambar 1 menjelaskan bahwa tingginya pertumbuhan industri tahun 2014-2016:



Gambar 1. Pertumbuhan dan Perkembangan Industri Menengah Dan Besar

Berdasarkan Gambar 1, bahwasanya perkembangan elektronik industri mencapai 35%, hal ini menempatkan elektronik industri di posisi kedua setelah metal industri. Dengan tingginya perkembangan industri saat ini terutama di Era 4.0 tentu industri perlu meningkatkan daya saing agar tetap bertahan. Salah satu industri elektronik yang berkembang pesat dan memenuhi kriteria penelitian ini yaitu pada Samsung. Adapun anteseden keunggulan bersaing yaitu penjualan personal, harga kompetitif, dan kualitas layanan (Lenggogeni, 2016). Sedangkan Samsung telah melakukan penjualan personal dibuktikan dengan menempatkan *sales* di setiap *stand* Samsung. Begitu juga dengan harga yang ditawarkan kompetitif dengan produk lain, serta Samsung juga menjaga kualitas pelayanan dengan memberikan pelatihan kepada setiap *sales* Samsung.

Samsung merupakan perusahaan pembuat perangkat elektronik terbesar di dunia yang berpusat di Korea Selatan. Samsung beroperasi dalam enam bidang bisnis, salah satunya adalah *smartphone* dan jaringan. Samsung sangat gesit untuk memenangkan persaingan. Pada tahun 2018 Samsung mengeluarkan produk *smartphone* kurang lebih 16 tipe.

Suatu perusahaan dinyatakan unggul dalam bersaing ketika kegiatan perusahaan tersebut menciptakan nilai ekonomi yang melebihi harapan pelanggan (Kadarningsih, 2013; Mardiyono, 2015). Keunggulan bersaing ialah proses menjadikan perusahaan yang berbeda dengan perusahaan lainnya. Organisasi diminta untuk mengeksplorasi dan mengeksploitasi peluang untuk mempertahankan keunggulan bersaingnya. Dengan meningkatkan daya saing,

perusahaan juga dapat menekan turbulensi bisnis serta menentukan keberlangsungan bisnis (Alwi & Handayani, 2018).

Kepemimpinan sebagai mekanisme kunci untuk meningkatkan keunggulan perusahaan. Peran pemimpin menjadikan organisasi harus menang dalam dunia yang semakin didominasi oleh teknologi digital (Yoo *et al.* 2010). Tingginya perkembangan teknologi tentunya dibutuhkan kemampuan khusus bagi pemimpin untuk menguasai teknologi. Dengan mentransformasi digital para karyawan menjadi salah satu strategi yang efektif untuk tetap unggul (Berampu & Sari, 2021). Dalam mentransformasi digital para karyawan, maka dibutuhkan gaya kepemimpinan yang mampu mempersiapkan karyawannya bertransformasi atau disebut kepemimpinan digital. Kemampuan kepemimpinan digital menggabungkan kepemimpinan visioner dan kepemimpinan transformasional dengan kemampuan sikap digital yang terdiri dari pengetahuan digital dan pengalaman digital (Wasono & Furinto, 2018).

Manajemen inovasi telah menjadi dasar untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Perusahaan memperoleh keunggulan bersaing ketika menerapkan strategi penciptaan nilai yang tidak dimanfaatkan secara bersamaan. Inovasi juga dilihat sebagai alat penting untuk daya saing dalam lingkungan bisnis modern ditandai dengan tingginya kompetisi (Otero-Neira *et al.*, 2013). Keberlangsungan hidup suatu perusahaan telah dianggap tergantung pada kemampuan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing melalui inovasi yang membutuhkan kemampuan untuk beradaptasi dan daya tanggap. Disarankan bahwa organisasi memiliki kecenderungan untuk berinovasi adalah jenis kemampuan dinamis yang memberikan kontribusi untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Meskipun secara umum dapat dikatakan bahwa inovasi berkontribusi pada performa bisnis, perusahaan harus mengadopsi beberapa tipe dari inovasi sepanjang waktu yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing dan mengembangkan performa perusahaan (Ben Zaied *et al.*, 2015). Penelitian terdahulu menunjukkan terdapat hubungan yang positif antara inovasi dan keunggulan bersaing (Distanont & Khongmalai, 2020; Kuncoro & Suriani, 2018; Nadia *et al.*, 2016).

Selain dari pada itu, perusahaan yang memiliki manajemen kualitas akan mampu menampilkan nilai lebih dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Manajemen kualitas adalah sistem manajemen yang melibatkan pengembangan dari sejumlah praktik untuk pengelolaan organisasi (Pereira-moliner *et al.*, 2015). Pengelolaan pengembangan yang paling umum yaitu kepemimpinan, manajemen sumber daya manusia, perencanaan, informasi dan analisis, manajemen proses, manajemen pemasok, fokus pada pelanggan atau *stakeholder* dan desain organisasi. Dengan manajemen kualitas yang optimal akan membantu perusahaan tetap unggul (Ibrahim, 2016)

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh kepemimpinan digital dan manajemen inovasi terhadap keunggulan bersaing dengan manajemen kualitas sebagai variabel mediasi. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada industri teknologi yang tengah menghadapi IR4.0 dalam mengubah pola pikir karyawan ke arah digital.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini populasinya adalah seluruh karyawan di kantor cabang Samsung Center Padang kota padang pada *department smartphone* sebanyak 70 orang. Jumlah sampel yang mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya semakin kecil jumlah sampel (menjauhi populasi) maka semakin besar kesalahan generalisasi. Perhitungan slovin digunakan oleh penulis dengan tingkat kelonggaran ketidaktelitian sebesar 5%. Penggunaan rumus Slovin dikarenakan populasi dalam penelitian ini secara pasti telah diketahui. Berikut rumus penentuan jumlah sampel berdasarkan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan maksimal yang ditolerir dan sampel (0,5).

$$n = \frac{70}{1 + 70(0,5)^2} = \frac{70}{1.175} = 59.6$$

n = 59,6 dibulatkan menjadi 60 responden.

Pembahasan penelitian ini dalam lingkup menganalisis pengaruh dua variabel X, kepemimpinan, *innovation management* dan satu variabel Y yaitu keunggulan bersaing dengan manajemen kualitas sebagai variabel mediasi (Z). Penelitian deksriptif dan kausal sebagai jenis penelitian yang dilakukan, sesuai dengan tujuan penelitian yang diajukan yaitu untuk melihat hubungan sebab akibat antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan pengaruh variabel mediasi. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu Structural Equation Model (SEM) – Partial Least Square (PLS). Analisa data multivariat melibatkan penerapan metode statistik yang secara simultan menganalisis beberapa variabel yang mewakili pengukuran yang terkait dengan individu, perusahaan, peristiwa, aktivitas, situasi, dan lain-lain (Hair *et al.*, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Validitas konvergen dikatakan tinggi jika nilai *loading* atau korelasi skor indikator dengan skor konstruk diatas 0,5 dengan skor AVE dan *communality* indikator tersebut > 0,5 (Hair *et al.*, 2014). Nilai *outer loading* dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Pengukuran *Outer Loading*

No.	Indikator	Outer Loading
Digital Leadership (DL)		
1.	DL1 - Deep Knowledge	-0.221
2.	DL2 - Deep Knowledge	0.575
3.	DL3 – Creative	0.217
4.	DL4 – Creative	0.766
5.	DL5 - Global Visionary Leader	0.764
6.	DL6 - Global Visionary Leader	0.735
7.	DL7 – Inquisitive	0.645
8.	DL8 – Inquisitive	0.638
Innovation Management (IM)		
1.	IM1 - Internal Performance	0.219
2.	IM2 - Internal Performance	0.191
3.	IM3 - Technical Performance	0.046
4.	IM4 - Technical Performance	0.833
5.	IM5 - Commercial Performance	0.874
6.	IM6 - Commercial Performance	0.292
7.	IM7 - Social Performance	0.503
8.	IM8 - Social Performance	0.563
9.	IM9 - Finance Performance	0.330
10.	IM10 - Finance Performance	0.742
Manajemen kualitas (QM)		

No.	Indikator	Outer Loading
1.	QM1 - Leader Support	0.328
2.	QM2 - Leader Support	0.710
3.	QM3 - Employee Training and Involvement	0.219
4.	QM4 - Employee Training and Involvement	0.757
5.	QM5 - Information and Knowledge	0.527
6.	QM6 - Information and Knowledge	0.481
7.	QM7 - Process Management	0.583
8.	QM8 - Process Management	-0.173
9.	QM9 - Customer Focus	0.043
10.	QM10 - Customer Focus	0.826
Competitive Advantage (CA)		
1.	CA1 - Competitive Pricing	0.717
2.	CA2 - Competitive Pricing	0.943
3.	CA3 - Premium Pricing	0.871
4.	CA4 - Premium Pricing	0.631
5.	CA5 - Value to Customer Quality	0.757
6.	CA6 - Value to Customer Quality	0.617
7.	CA7 - Dependable Delivery	0.891
8.	CA8 - Dependable Delivery	0.337
9.	CA9 - Production Innovation	0.459
10.	CA10 - Production Innovation	0.614

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2022

Pada tabel 1 di atas menjelaskan hasil uji validitas dengan melihat nilai *outer loading* dari indikator yang mengukur variabel Kepemimpinan digital, manajemen inovasi Manajemen kualitas, dan Keunggulan bersaing. Terdapat 14 indikator yang tidak valid tersebut akan dihapus dalam penelitian ini karena nilai *outer loading* kurang dari 0,5.

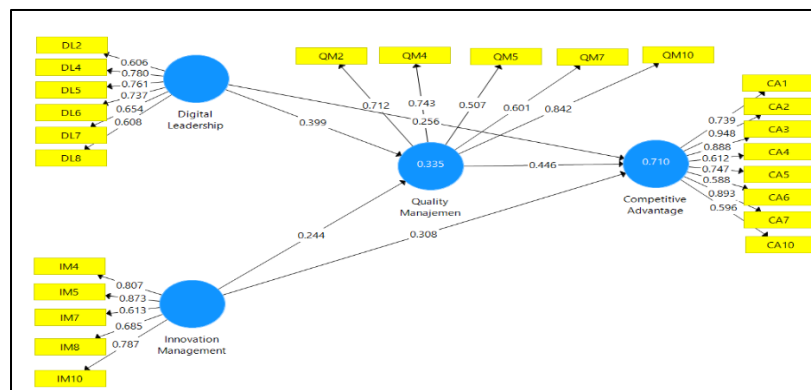
Setelah dilakukan proses eliminasi di atas, maka proses selanjutnya melihat dari nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. Terlihat bahwa skor *AVE* dari masing-masing variabel yang diteliti telah memenuhi di atas 0,5 yang dapat dilihat tabel 2 berikut:

Tabel 2. AVE Setelah Eliminasi

Variable	AVE
Digital Leadership	0.583
Innovation Management	0.582
Manajemen kualitas	0.576
Competitive Advantage	0.577

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2022

Setelah proses eliminasi nilai *outer loading* dan *AVE* model penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2. sebagai berikut:



Gambar 2. Outer Loading After Modification**Reliability Test**

Terlihat bahwa nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* pada setiap pengukuran variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,6, sehingga indikator variabel penelitian tersebut dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3. Test of Reability of Composite Reliability and Cronbach's Alpha

Construct	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
Digital Leadership	0.915	0.901
Innovation Management	0.847	0.789
Manajemen kualitas	0.870	0.825
Competitive Advantage	0.816	0.727

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2022

R² Test

Berdasarkan Tabel 4 berikut, nilai *R-square* sebesar 0,538 menunjukkan bahwa 53,8% variabilitas konstruk keunggulan kompetitif dapat dijelaskan oleh variabilitas konstruk kepemimpinan digital dan manajemen inovasi, dengan sisanya 46,2% dijelaskan oleh variabel di luar penelitian.

Tabel 4. R – Square

Constrcut	R-Square
Manajemen kualitas	0.517
Competitive Advantage	0.538

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2022

Nilai R-square sebesar 0,517 pada model pengaruh kepemimpinan digital dan manajemen inovasi terhadap manajemen kualitas menunjukkan bahwa 51,7% variabilitas konstruk manajemen kualitas dapat dijelaskan oleh kepemimpinan digital dan manajemen inovasi, sisanya 48,9% dijelaskan oleh variabel lain seperti perilaku karyawan itu sendiri dalam menciptakan inovasi, budaya kerja yang berbeda di setiap daerahnya dan melibatkan variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, jenis kelamin serta pemahaman akan teknologi.

Uji Hipotesis

Hipotesis akan dikatakan signifikan apabila memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel (t hitung > t tabel) dengan signifikan pada alpha 0,05 dimana akan diketahui bahwa nilai t-tabelnya 1,96.

Tabel 5. Pengujian Hipotesi (*Indirect Effects*)

	Original sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviasi (STDEV)	T Statistics (O/STERR)
DL - > CA	0.256	0.257	0.095	2.699
DL - > QM	0.399	0.419	0.113	3.543
IM - > CA	0.308	0.299	0.106	2.908
IM - > QM	0.244	0.263	0.120	2.037
QM - > CA	0.446	0.440	0.088	5.038

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2022

Hipotesis 1: variabel kepemimpinan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, dengan nilai koefisien parameter (*original sample*) sebesar 0,256 dan signifikan pada alpha = 0,05, serta nilai statistic sebesar 2,699 > 1,96 (t hitung > t tabel), menunjukkan bahwa hipotesis satu diterima. Artinya, kepemimpinan digital memiliki pengaruh

yang menguntungkan dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Jika kepemimpinan digital perusahaan berjalan dengan baik, maka daya saing perusahaan akan meningkat. Jika ditinjau dari nilai *outer loading* bahwasanya indikator kreatif pada variabel kepemimpinan digital memiliki nilai yang dominan. Artinya, pemimpin yang berpola pikir kreatif mampu mengubah pola kerja karyawan ke arah digitalisasi. Bertransformasinya pola kerja karyawan ke arah digitalisasi, ini menjadi suatu keunggulan bersaing sebuah perusahaan di era yang dinamis. Hal ini mendukung konsep yang dikemukakan oleh (Putra, 2006) bahwasanya salah satu keunggulan bersaing dapat diperoleh dari keunggulan keahlian yang dimiliki sumber daya manusia yang ada. Dengan demikian kepemimpinan digital merupakan mekanisme penting untuk meningkatkan keunggulan bersaing.

Hipotesis 2: variabel kepemimpinan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen kualitas, dengan koefisien parameter 0,399 dan signifikansi pada $\alpha = 0,05$, dan nilai statistik $3.543 > 1,96$ (t hitung $>$ t tabel), menunjukkan bahwa hipotesis dua diterima. Hal ini menandakan bahwa kepemimpinan digital berdampak positif dan signifikan terhadap manajemen kualitas. Dalam mengaplikasikan manajemen kualitas, dibutuhkan sumber daya manusia yang kreatif. Sebagaimana yang diungkap oleh (Ceko, 2021) salah satu faktor menjadikan bisnis yang berkelanjutan diperkuat dengan sumber daya manusia yang kreatif dan sistem manajemen kualitas yang dimiliki. Dengan demikian kepemimpinan digital berkontribusi membangun manajemen kualitas yang dimiliki suatu perusahaan.

Hipotesis 3: variabel manajemen inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen kualitas, dengan koefisien parameter 0,244 dan signifikansi pada $\alpha = 0,05$ dengan nilai statistik $2,037 > 1,96$ (t hitung $>$ t tabel), menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima. Artinya, manajemen inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap manajemen kualitas. Berdasarkan nilai *outer loading* tertinggi pada manajemen inovasi, tingginya penjualan produk menandakan praktik manajemen inovasi telah diaplikasi. Salah satu faktor penggerak dalam mengimplementasikan manajemen inovasi membutuhkan sistem manajemen kualitas. Hal ini telah disarankan oleh (Zeng *et al.*, 2014) bahwasanya manajemen kualitas adalah penggerak inovasi dalam organisasi. Penelitian ini juga mendukung gagasan penelitian sebelumnya oleh (Anning-dorson & Anning-dorson, 2018), (Nadia *et al.*, 2016), (Distanont & Khongmalai, 2018).

Hipotesis 4: variabel manajemen inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan koefisien parameter 0,308 dan signifikansi pada $\alpha = 0,05$ dengan nilai statistik $2.908 > 1,96$ (t hitung $>$ t tabel) menunjukkan bahwa hipotesis keempat diterima. Artinya, manajemen inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Manajemen inovasi menjadi salah satu strategi keberlangsungan hidup perusahaan bukan hanya di lingkungan yang dinamis namun juga dapat memperoleh keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Gibson, 2004). Dalam praktik manajemen inovasi didasarkan dengan pengetahuan, ide, metode yang menghasilkan kemampuan baru dan memanfaatkan keunggulan yang telah ada (Kim *et al.*, 2012). Sehingga faktor kunci dalam mempertahankan keunggulan bersaing yaitu dengan praktik manajemen inovasi.

Hipotesis 5: variabel manajemen kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, dengan koefisien parameter 0.446 dan signifikansi pada $\alpha = 0,05$, dengan nilai statistik $5,038 > 1,96$ (t hitung $>$ t tabel), menunjukkan bahwa hipotesis kelima diterima. Manajemen kualitas memiliki dampak menguntungkan yang cukup besar pada keunggulan bersaing. Berdasarkan nilai *outer loading* hal yang dominan terletak pada *customer focus*, sehingga mengetahui kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Gagasan ini diperkuat oleh (Schniederjans & Schniederjans, 2015) bahwasanya untuk meningkatkan lingkungan yang kompetitif, faktor-faktor seperti manajemen kualitas dapat mencapai keunggulan bersaing. Hal ini juga mendukung pendapat bahwa manajemen kualitas memiliki efek langsung pada keunggulan bersaing menurut

penelitian (Elshaer & Augustyn, 2016); (Pereira-moliner *et al.*, 2015); (Easton *et al.*, 2013); (Pereira-moliner *et al.*, 2015); (Zang *et al.*, 2006).

Pengujian selanjutnya adalah pengujian mediasi. Uji mediasi dilakukan untuk mengetahui pengaruh mediasi dari hubungan antara variabel independen dan dependen. Pendekatan *Variance Accounted For (VAF)* digunakan untuk melakukan uji mediasi (Preacher, J. Kristopher; Hayes, 2008). Metode ini paling cocok untuk PLS, yang menggunakan resampling dan memiliki kekuatan statistik lebih besar daripada metode Sobel (Hair *et al.*, 2014). Rumus berikut dapat digunakan untuk menghitung nilai mediasi:

$$VAF = \frac{\text{Indirect Effects}}{\text{Direct Effects} + \text{Indirect Effects}}$$

Berikut ini adalah hasil dari pengujian variabel secara langsung:

Tabel 6. Pengujian Hipotesis (*Direct Effects*)

	Original sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviasi (STDEV)	T Statistics (O/STERR)
DL - > CA	0.178	0.186	0.065	2.723
IM - > CA	0.109	0.115	0.057	1.959

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2022

Dari Tabel 6 di atas, terlihat nilai dampak langsung dari variabel yang diteliti. Langkah selanjutnya adalah mencari nilai VAF untuk mencari nilai mediasi. Karena terdapat dua variabel independen dan dua hipotesis yang menyatakan hasil mediasi, maka penghitungan nilai VAF dilakukan dua kali untuk menentukan nilai masing-masing variabel (Variabel kepemimpinan digital dan manajemen inovasi). Perhitungan nilai VAF kepemimpinan digital (X1) dijelaskan sebagai berikut:

$$VAF (X1) = \frac{0,256}{0,178 + 0,256}$$

$$VAF (X1) = 0,5898 \times 100\%$$

$$VAF (X1) = 58,98\%$$

Selanjutnya penghitungan nilai VAF *innovation management* (X2) dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$VAF (X1) = \frac{0,308}{0,109 + 0,308}$$

$$VAF (X1) = 0,7386 \times 100\%$$

$$VAF (X1) = 73,86\%$$

Hipotesis 6: Berdasarkan penghitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengaruh mediasi parsial manajemen kualitas kepemimpinan digital terhadap dan keunggulan kompetitif, nilai mediasinya 58,98%. Artinya, manajemen kualitas memediasi pengaruh kepemimpinan digital terhadap keunggulan bersaing. Kepemimpinan digital ialah salah satu pendekatan yang efektif bagi seorang pemimpin untuk memecahkan masalah dan menemukan solusi yang berorientasi digital, dengan memperkuat kerjasama tim yang berfokus pada inovasi (Oberer & Erkollar, 2018). Kepemimpinan digital juga mendefinisikan sebagai pijakan keunggulan bersaing yang dimediasi dengan praktik manajemen kualitas sehingga menjaga keberlangsungan perusahaan. Tidak banyak penelitian yang meneliti peran mediasi manajemen kualitas antara

kepemimpinan digital terhadap keunggulan bersaing, ini menjadi kontribusi keilmuan pada penelitian lanjutan berikutnya.

Hipotesis 7: Berdasarkan perhitungan, manajemen kualitas memiliki pengaruh mediasi parsial antara manajemen inovasi terhadap keunggulan bersaing dengan nilai mediasi 73,86%. Artinya, manajemen kualitas memediasi pengaruh manajemen inovasi terhadap keunggulan bersaing. Inovasi menjadi strategi prioritas dari 71% perusahaan (Slater *et al.*, 2014). Dengan praktik manajemen inovasi perlu juga memperhatikan bagian dari praktik manajemen kualitas seperti *small group problem solving*, *employee suggestion and task-related training* dalam mencapai keunggulan bersaing (Zeng *et al.*, 2014). Dengan demikian, peran manajemen kualitas menjadi salah satu faktor mediasi antara manajemen inovasi terhadap keunggulan bersaing. Tidak banyak penelitian yang berkaitan dengan peran mediasi manajemen kualitas antara manajemen inovasi terhadap keunggulan bersaing, ini menjadi kontribusi keilmuan pada penelitian lanjutan berikutnya.

SIMPULAN

Simpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yaitu:

1. Kepemimpinan digital memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.
2. Kepemimpinan digital memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap manajemen kualitas Samsung Center Padang.
3. Manajemen inovasi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing Samsung Center Padang.
4. Manajemen inovasi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap manajemen kualitas Samsung Center Padang.
5. Manajemen kualitas memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap keunggulan bersaing Samsung Center Padang.
6. Kepemimpinan digital memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing yang dimediasi oleh manajemen kualitas Samsung Center Padang.
7. Manajemen inovasi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing yang dimediasi oleh manajemen kualitas Samsung Center Padang.

Menurut hasil penelitian, variabel yang paling dominan dapat dilihat dari nilai *t statistics*, dimana manajemen kualitas memiliki *t statistics* tertinggi yaitu 5,038 terhadap keunggulan bersaing. Artinya, dalam menciptakan keunggulan bersaing pada industri teknologi perlu menerapkan *total quality management* dengan memperhatikan *leader support*, *employee training and development*, *information and knowledge*, *process management* dan *customer focus*. Jika dilihat dari nilai *outer loading*, nilai *customer focus* lebih dominan. Adapun upaya meningkatkan *customer focus* dengan cara meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan mempertimbangkan *feedback* yang diberikan pelanggan. Dalam penelitian ini juga ditemukan pengaruh kepemimpinan digital terhadap manajemen kualitas lebih tinggi daripada manajemen inovasi. Dalam artian, pemahaman pemimpin tentang teknologi akan membantu manajemen kualitas itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, T., & Handayani, E. (2018). Keunggulan bersaing UKM yang dipengaruhi oleh orientasi pasar dan inovasi produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 193. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.256>
- Anning-dorson, T., & Anning-dorson, T. (2018). Innovation and competitive advantage creation: The role of organisational leadership in service firms from emerging markets. *International Marketing Review*, 35(1). <https://doi.org/10.1108/IMR-11-2015-0262>
- Ben Zaied, R. M., Louati, H., & Affes, H. (2015). The relationship between organizational innovations, internal sources of knowledge and organizational performance. *International Journal of Managing Value and Supply Chains*, 6(1), 53–67. <https://doi.org/10.5121/ijmvsc.2015.6105>

- Berampu, L. T., & Sari, W. D. (2021). Human resources transformation in the digitalization professional era in North Sumatera. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 135–146. <https://doi.org/10.15408/ess.v10i2.18477>
- Ceko, E. (2021). On relations between creativity and quality. *Creativity Studies*, 14(1), 251–270.
- Distanont, A., & Khongmalai, O. (2018). The role of innovation in creating a competitive advantage. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 41(1), 15–21. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2018.07.009>
- Easton, G. S., Jarrell, S. L., Easton, G. S., & Jarrell, S. L. (2013). Investigation the effects of total quality management on corporate performance : an empirical investigation. *Journal of Business*, 71(2), 253–307.
- Elshaer, I. A., & Augustyn, M. M. (2016). Article information: Direct effects of quality management on competitive advantage introduction. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 33(9), 1286–1310.
- Gibson, C. B. (2004). The antecedents, consequences, and mediating role of organizational ambidexterity. *The Academy of Management Journal*, 47(2), 209–226.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Ibrahim, A. (2016). Analisis implementasi manajemen kualitas dari kinerja operasional pada industri ekstraktif di sulawesi utara (Studi komparasi pada pertanian, perikanan, dan peternakan). *Emba*, 4(2), 859–869. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/13279/12864>
- Kadarningsih, A. (2013). Competitive advantage: The affecting factors and its impact on selling-in performance (Studies on patronage outlets PT. Indosat Semarang). *International Conference On Law, Business and Governance (Icon-LBG)*, 1, 7–19.
- Kagermann, H., Wahlster, W., & Helbig, J. (2013). *Recommendations for Implementing The Strategic Initiative Industrie 4.0 – Securing The Future of German Manufacturing Industry*. Jerman: Acatech.
- Kim, D., Kumar, V., & Kumar, U. (2012). Relationship between quality management practices and innovation. *Journal of Operations Management*, 30(4), 295–315. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2012.02.003>
- Kuncoro, W., & Suriani, W. O. (2018). Achieving sustainable competitive advantage through product innovation and market driving. *Asia Pacific Management Review*, 23(3), 186–192. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.07.006>
- Lenggogeni, L. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–12.
- Lotfi, M. H., & Pour, M. S. (2013). The relationship between organizational justice and job satisfaction among the employees of Tehran Payame Noor. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 93, 2073–2079. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.168>
- Mardiyono, A. (2015). Pengaruh orientasi pasar dan pembelajaran organisasi terhadap keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja pemasaran (tinjauan teoritis). *Jurnal Serat Acitya*, 4(1), 48–59.
- Nadia, N., Aziz, A., & Samad, S. (2016). Innovation and competitive advantage: Moderating effects of firm age in foods manufacturing SMEs in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 35, 256–266. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)00032-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)00032-0)
- Oberer, B., & Erkollar, A. (2018). Leadership 4.0: Digital leaders in the age. *International Journal of Organizational Leadership*, 7(4), 404–412.
- Otero-Neira, C., Arias, M. J. F., & Lindman, M. T. (2013). Market orientation and entrepreneurial proclivity: Antecedents of innovation. *Global Business Review*, 14(3), 385–395. <https://doi.org/10.1177/0972150913496719>
- Pereira-moliner, J., María, D. L., Molina-azorín, J. F., Jos, J., & Pertusa-ortega, E. M. (2015). The effects of quality and environmental management on competitive advantage: A mixed methods study in the hotel industry. *Tourism Management*, 50, 41–54. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.01.008>
- Preacher, J. Kristopher; Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879–891. <https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879>
- Putra, K. S. (2006). Analisis strategi keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 5(1), 87–104.

- Schniederjans, D., & Schniederjans, M. (2015). Quality management and innovation: New insights on a structural contingency framework. *International Journal of Quality Innovation*, 1, 1–20. <https://doi.org/10.1186/s40887-015-0004-8>
- Slater, S. F., Mohr, J. J., & Sengupta, S. (2014). Radical product innovation capability: Literature review, synthesis, and illustrative research propositions. *Product Innovation Management*, 31(3). <https://doi.org/10.1111/jpim.12113>
- Wasono, L. W., & Furinto, A. (2018). The effect of digital leadership and innovation management for incumbent telecommunication company in the digital disruptive era. *International Journal of Engineering and Technology*, 7(29), 125–130.
- Yoo, Y., Lyytinen, K., Boland, R., Berente, N., Gaskin, J., Schutz, D., & Srinivasan, N. (2010). The next wave of digital innovation: opportunities and challenges. *Report on the Research Workshop: Digital Challenges in Innovation Research*, 1–37.
- Zang, M., Macpherson, A., & Jones, O. (2006). Conceptualizing the learning process in SMEs: Improving innovation through external orientation. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1177/0266242606063434>
- Zeng, J., Anh, C., & Matsui, Y. (2014). Int . J . Production economics the impact of hard and soft quality management on quality and innovation performance: An empirical study \$. *Intern. Journal of Production Economics*, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2014.07.006>